

К.т.н. Білоцерківський О.Б.

*Національний технічний університет „Харківський політехнічний
інститут”, Україна*

ВИКОРИСТАННЯ ЛОГІСТИЧНОГО МЕТОДУ „ШВИДКОГО РЕАГУВАННЯ” В ЛАНЦЮЗІ ПОСТАВОК

Логістичний метод „швидкого реагування” (*Quick Response* або *QR*) – це метод планування та регулювання поставок товарів на підприємства роздрібної торгівлі та у розподільчі центри, в основі якого лежить логістична взаємодія між торговельним підприємством, його постачальниками та транспортом [1, 2]. Суть методу розкривається в його назві: швидка реакція логістичної системи, зображеної на рис. 1, на попит, що виникає на ринку. Якщо постачальником є виробниче підприємство, то воно повинне мати можливість оперативно перебудовувати виробництво на випуск нових товарів дрібними партіями.

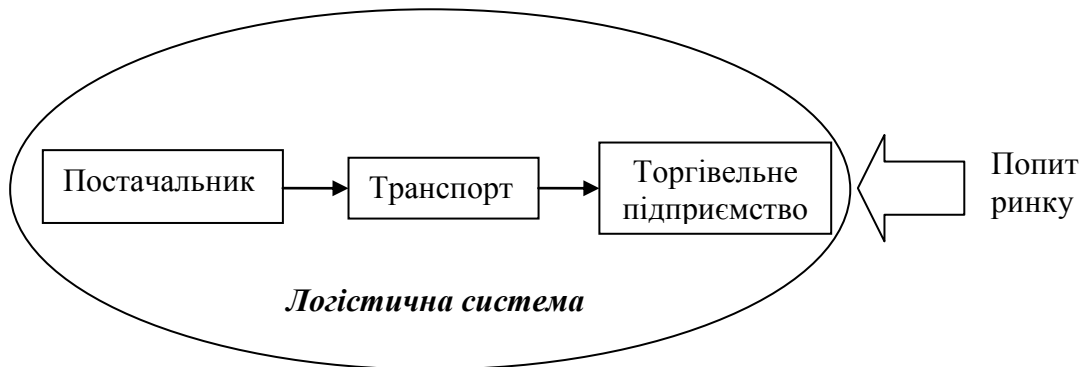


Рис. 1. Логістична система, що реагує на ринковий попит

Постачальник повинен мати можливість швидкого доступу до інформації про реальний попит, що пред'являє споживачеві ринок. Рішення про поставку товару на підприємство торгівлі підприємством-виробником приймається тоді, коли досить висока ймовірність виникнення реальної потреби в товарі даного виду. Передача замовлення та поставка товарів повинні здійснюватися без будь-яких затримок.

Цей метод ґрунтується на використанні трьох технологій і нової концепції бізнесу [2, 3].

Технологія перша: *автоматична ідентифікація штрихових товарних кодів.*

Дозволяє швидко та ефективно зібрати точну та детальну інформацію про те, що в цей момент продається.

Технологія друга: *електронний обмін даними.* Це не тільки Інтернет, але й комплекс стандартів, що дозволяє підприємствам оперативно обмінюватися більшими обсягами документованої інформації.

Технологія третя: *автоматична ідентифікація вантажних одиниць (наприклад, транспортувальних контейнерів).*

Нова концепція бізнесу – це дух партнерства та співробітництва між організаціями, що беруть участь у просуванні товару.

Метод „швидкого реагування” припускає оптимізацію запасів торговельних підприємств. Застосування методу зменшує запаси готової продукції до необхідної величини, але не нижче рівня, що дозволяє негайно задовольнити попит більшої частини покупців.

Концепція має й інші *переваги*, а саме:

- скорочується час реакції логістичної системи на зміну попиту;
- концентруються та поповнюються запаси в потрібних точках продажів;
- зменшується невизначеність у термінах доставки продукції, виробництві й поповненні замовлень;
- існує гнучка взаємодія партнерів в інтегрованій логістичній мережі;
- значно підвищується оборотність запасів;
- встановлюються виробничі та розподільні пріоритети між товарами та споживачами.

Розглянемо практичне використання логістичного методу „швидкого реагування” на прикладі американських компаній [4]. Цей метод виник у легкій промисловості США, де витрати традиційної системи підтримки рівнів запасів у дистрибуції, що ґрунтується на запитах споживачів (ефект „штовхаючої” системи), були досить значними. В 1996 р. у США логістичні витрати на виробництво одягу з американського текстилю в стандартних умовах у

середньому складали 25 дол. на 100 дол. продажів. Вони включали такі елементи (дол.):

– Змушене зниження ціни	14,08
– Втрати від дефіциту	6,08
– Витрати на формування та зберігання запасів	5,08

Разом: 25,00

На підприємствах легкої промисловості, що застосували метод «швидкого реагування» в 1999 р., вдалося домогтися зниження витрат до 17,8 на 100 дол. продажів. При цьому переваги одержують всі учасники ланцюга поставок, що зв'язує роздрібну торгівлю з виробниками одягу, а тих, у свою чергу, з виробниками текстилю, які також пов'язані з постачальниками волокна. Один з відомих прикладів такого роду – використання методу *QR* (шляхом колективного користування інформаційною системою *EPOS*) у ланцюзі поставок американської текстильної компанії *Milliken* з виробником чоловічих штанів *Seminole Manufacturing Company* і роздрібним торговцем *Wal-Mart*. Інформація про вимогу кінцевого покупця фіксується на етапі продажу та швидко передається по ланцюзі поставок за допомогою системи *EPOS*, скорочуючи цикл виконання замовлення та зменшуючи рівень запасів у дистрибутивній мережі.

Іншим прикладом застосування методу *QR* може служити мережа американських магазинів модного одягу *The Limited*. Кожний з декількох тисяч магазинів мережі щодня одержує дані про переваги покупців, які ґрунтуються на інформації про реальні продажі. Замовлення посилають по супутниковій системі зв'язку постачальникам в усьому світі. Використовуючи Гонконг як центр консолідації, товари переправляються в США літаком «Боїнг 747», що виконує чотири рейси за тиждень до розподільчого центра в Колумбусі, штат Огайо. У розподільному центрі на товари прикріплюються цінники, і вони сортуються для негайного відправлення вантажівками та літаками в магазини роздрібною мережі. Повний логістичний цикл – від розміщення замовлень до

одержання інформації про продажі – становить шість тижнів. Стандартні системи керування дистрибуцією вимагали для цього близько шести місяців.

Ефективно використовується метод *QR* і в американській компанії *Procter and Gamble (P&G)*, що одержує оперативні дані про продажі безпосередньо від найбільшого роздрібного торговця Північної Америки – компанії *Wal-Mart*. Використовуючи інформацію про щоденне замовлення, *P&G* може спланувати виробництво й поставку в магазини *Wal-Mart*. У результаті в *Wal-Mart* – мінімальні запаси товарної продукції й втрати від дефіциту, що також приносить відчутну вигоду й *P&G*, оскільки остання одержала економію й на виробництві, і на матеріально-технічному постачанні за рахунок своєчасного попередження про зміну попиту та за рахунок істотного підвищення обсягу продажів у мережі магазинів *Wal-Mart*. Незважаючи на те, що первісні інвестиції *P&G* в інформаційну систему спостереження за продажами в реальному масштабі часу були значні, перший досвід роботи з технології *QR* показав, що період окупності витрат становить менше двох років.

Висновки. Наведено поняття методу „швидкого реагування” та умови до його застосування, розкрито переваги від впровадження цього методу, наведено його практичне використання на прикладі американських компаній.

Список літератури:

1. Родников А. Н. Логистика: терминолог. словарь. – М.: Экономика, 1995. – 251 с.
2. Гаджинский А. М. Логистика: учебник для студентов высших учебных заведений. – М : Издательско-торговая компания «Дашков и К^О», 2006. – 432 с.
3. Сумець О.М., Голофаєва І.П., Білоцерківський О.Б. Логістика: теорія, ситуації, практичні завдання / Частина 1. Логістика як інструмент ринкової економіки: навч. посібник. – Х.: Міськдрук, 2010. – 212 с.
4. Сток Дж.Р., Ламберт Д.М. Стратегическое управление логистикой: пер с 4-го англ. изд. – М.: ИНФРА–М, 2005. – 797 с.